

Cuadernos de Ilustración y Romanticismo
Revista Digital del Grupo de Estudios del Siglo XVIII
Universidad de Cádiz / ISSN: 2173-0687
nº 24 (2018)

EL LUJO Y LA MODA COMO SIGNOS IDENTITARIOS EN LA PRENSA DEL BUENOS AIRES VIRREINAL (1801-1807)

Matías Maggio Ramírez
(Universidad Nacional de Tres de Febrero)

Recibido: 17-3-2017 / Revisado: 25-7-2017

Aceptado: 21-12-2017 / Publicado: 20-12-2018

Resumen: Tanto Francisco Cabello y Mesa del *Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiográfico del Río de la Plata* (*TM*) como Juan Hipólito Vieytes del *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio* (*SAIC*) abordaron la emergencia de un nuevo tiempo que los diferenciaba de un pasado signado por la «barbarie». La moda y el lujo fueron dos de los ejes que marcaron distancias en la conformación del público ideal al que apelaba la prensa. Las costumbres y las prácticas del pasado necesitaban ser identificadas para extirparlas porque estaban en disonancia en tiempos de la «felicidad pública» y la utilidad racionalista como norma. Buenos Aires creció al ritmo del comercio y su prensa fomentó la moda, tanto de vestimentas como de costumbres, para estar a tono con las ciudades europeas.
Palabras Clave: Novedad, Moda, Lujo, Prensa tardocolonial, XIX, Buenos Aires.

LUXURY AND FASHION AS IDENTITY SIGNS IN THE PRESS OF THE VICEREGAL BUENOS AIRES (1801-1807)

Abstract: Both Francisco Cabello y Mesa *Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiográfico del Río de la Plata* (*TM*) as Juan Hipolito Vieytes the *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio* (*SAIC*) addressed the emergence of a new time that differed from a past marked by the «barbarism». Fashion and luxury were two of the axes that marked distances in shaping the ideal which appealed the public press. Customs and practices of the past needed to be identified to remove them because they were in dissonance in times of «public happiness» and the rational utility as rule. Buenos Aires increased the pace of trade and the press encouraged the way of fashion, both clothing and customs, to be in tune with European cities.
Keywords: Novelty, Fashion, Luxury, Virreinal Press, XIX, Buenos Aires.

doi: http://dx.doi.org/10.25267/Cuad_Ilus_romant.2018.i24.28

1. Introducción

El lujo y la moda fueron tópicos abordados en la prensa tardocolonial porteña como un signo identitario que permitió delimitar las distancias entre la élite letrada y las castas, al interior del virreinato del Río de la Plata. Por otro lado esta distinción centrada en el lujo y la moda les permitió a los eruditos de la élite cuestionar la mirada despectiva que los filósofos europeos que al escribir sobre historia natural tenían de los americanos. La élite letrada se reinvindicó por partida doble y fue la prensa el territorio donde jugó sus cartas. El marco que permitió esta partida de naipes fue la implementación de las reformas borbónicas que como efecto colateral fortaleció las identidades locales y regionales como una de las múltiples causas del proceso revolucionario.[1] En los pliegues de la identidad al interior del virreinato no sólo la élite criolla letrada se demarcó de la otredad, focalizada en las castas, sino que también hubo con moderación un atemperado «odio al peninsular» entre «sectores sociales muy vastos [y] se manifiest[ó] con particular intensidad en los niveles más bajos» de la sociedad ya que no tenían el trato que sí compartía la élite criolla que mascullaba su incomodidad (Halperin, 2002: 66).

Desde la historia política se indicó que el proceso revolucionario en Río de la Plata estuvo marcado no sólo por la doble abdicación de Bayona y el movimiento juntista sino que se encontró en la defensa local contra las invasiones inglesas de 1806 y 1807 (Halperin, 2002). La crisis del orden tradicional fue tanto social como económico en tiempos revolucionarios cuando se pasó «de la hegemonía mercantil a la terrateniente, de la importación de productos de lujo a la de artículos de consumo perecedero de masas, de una exportación dominada por el metal precioso a otra marcada por el predominio exclusivo de los productos pecuarios» (Halperin, 2002: 75). Las reformas borbónicas fueron la semilla de las distintas reacciones identitarias que se demarcaron al interior del virreinato. Las fronteras siempre lábiles de la identidad de la élite criolla se construyó con múltiples aristas. Una de ellas fue el lujo y la moda. Estos consumos fueron utilizados como signos de diferenciación que permitieron rastrear en la prensa las tensiones que se aglutinaron años después en el proceso revolucionario.

2. Reformas borbónicas

Las reformas carolinas se llevaron a cabo a finales del siglo XVIII, bajo los reinados de Carlos III y Carlos IV, hasta la eclosión de la Revolución Francesa. Tuvieron como fin quebrar la independencia y autonomía que tenían las colonias respecto de la metrópolis, pero también coincidieron «con el creciente interés del resto de las potencias por el Nuevo Mundo, al que contemplaban como fuente de materias primas y mercado potencial para la exportación de sus productos manufacturados» (Rodríguez García, 2006: 123). Se consideró a los súbditos principalmente como contribuyentes, por lo que se establecieron una serie de medidas que apuntaron a mejorar la recaudación tanto en la

1 Según Stuart Hall (2003: 13-17), la identidad dejó de pensarse como un todo orgánico, integral, originario y unificado para ser imaginada como un proceso que actúa a través de la diferencia, que no se encuentra determinado por un concepto posicional. La noción de identidad es una construcción múltiple, donde conviven «discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos» que impiden pensarla de manera esencialista. Eric Hobsbawm (1998: 54) también desarrolló este enfoque cuando escribió que «la "pertenencia" a algún grupo humano […] es siempre una cuestión de contexto y definición social, por lo general negativa —es decir, se especifica la condición de miembro del grupo por exclusión—.» En palabras de Hall (2003: 18), «las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella». En el ámbito rioplatense fue Chiaramonte (2007) que cuestionó la identidad como prefigurada y anudada territorialmente aunque dejó de lado en análisis de los consumos culturales como fundantes en la identidad como construcción relacional y oposicional.

península como en el vasto imperio americano (Amalric, 2001: 31). En la reconquista de América, se intentó reemplazar las estructuras del pasado para crear una nueva burocracia central dirigida desde la Corona, con el fin de afianzar y mejorar la posición de España en Europa. Para esto, se implementó un mayor control impositivo, administrativo y territorial (Brading, 2003). Las reformas no buscaron un cambio radical, sino «una transformación sin mutabilidad para que todo se modificara pero al mismo tiempo siguiera igual» (García Ayluardo, 2010: 13). Se incrementaron los impuestos, se crearon otros y se cobraron algunos que estaban olvidados, como el impuesto de la armada de Barlovento. Para lograr que las nuevas políticas se acataran, fue necesario quebrar el vínculo entre las autoridades locales y la burguesía a través de las visitas o inspecciones a las sedes virreinales por parte de españoles sin lazos con los americanos. La minería altoperuana financiaba la nueva estructura virreinal, por lo que el virrey de Buenos Aires prohibió la circulación de la plata potosina al Perú (Fradkin y Garavaglia, 2009: 186). El 12 de octubre de 1778 se dictó el «Reglamento para el comercio libre», que dejaba de lado el monopolio para ampliar el comercio entre 13 puertos de España y 24 de América. El 4 de diciembre de 1778 se dictaron nuevas ordenanzas para los intendentes, instrumento básico de la reconquista burocrática y administrativa. Un año después, se autorizó la libre trata de esclavos, lo que permitió el crecimiento de fortunas en el Río de la Plata que lucraron con su venta al interior del virreinato. Aumentó la inmigración española en América, no sólo de aquellos funcionarios dependientes de la nueva estructura burocrática sino también de quienes llegaban en búsqueda de un mejor destino. El comercio con España creció, pero la industria ibérica no respondió al mercado colonial, sino que fueron los comerciantes quienes tomaron el lugar de proveedores de productos manufacturados de procedencia extranjera. Las claves económicas del período se centraron en la agricultura y el comercio, al punto de que se dedicaron periódicos a estos temas, como el *Semanario de Agricultura y Artes dirigido a los párrocos*, editado en Madrid pero leído con furor en América.[2]

El ideal ilustrado se focalizó en el saber práctico y utilitario que permitía mejorar la calidad de vida, a diferencia del saber escolástico que no se ocupaba de resolver temas mundanos. Los ideólogos de las reformas creyeron que la sociedad podía modificarse desde arriba, por lo que se «debían fijar reglas racionales de comportamiento y formalizar relaciones y ordenarlas. Para ello debían cambiar las formas habituales de la piedad barroca […] una nueva sensibilidad, más «civilizada» y más «urbana», comenzaba a diseminarse entre algunos segmentos de las elites del vasto imperio […]» (Fradkin y Garavaglia, 2009: 198). Los reformadores borbónicos no sólo se ocuparon de mejorar los ingresos de las arcas virreinales, sino que también mejoraron la iluminación urbana, la atención sanitaria con la creación del Protomedicato y el acceso de la imprenta tanto para fines burocráticos administrativos como para fomentar la circulación de las ideas de la ilustración católica (Socolow, 1993: 11; Chiaramonte, 2007).

La discusión sobre el lujo, la moda y el comercio en el siglo XVIII como signo del reformismo borbónico español fue abordado desde distintas sedes académicas que hicieron hincapié en el auge mercantil como parte del «devenir cíclico de las naciones (crecimiento, auge, decadencia)» o bien desde una mirada moral con una «concepción

2 Entre la prensa española que circuló por las colonias americanas el *Semanario de agricultura y artes dirigido a los párrocos*, que se publicó entre 1797 y 1808, tuvo un particular éxito. En la introducción, se recordaba que Carlos III sabía muy bien que la nación no podía florecer gracias a «una gran porción de ociosos y engreídos con estudios inútiles, que injustamente usurpan el honor debido sólo a la virtud, a la aplicación útil y al trabajo, y que sin labradores, sin artes y oficios, no sólo no puede florecer el estado, pero ni existir» (Larriba y Dufour, 1997). La tensión entre la ciudad ligada a los conocimientos espurios, escolásticos y gramáticos, así como gastos suntuarios y el campo como el espacio de la virtud y la producción apareció en la prensa porteña.

focalizada en la vida del hombre, desligada de las preocupaciones del más allá» (Martínez Mata, 2014: 63). Esta tensión entre la felicidad terrenal y la búsqueda de medidas para el crecimiento económico español estuvo presente en la obra de los ilustrados católicos españoles que se leyeron en el Río de la Plata.[3]

El periódico tardocolonial fue signo de los nuevos tiempos. Entre sus metas estuvo la difusión del conocimiento, los valores ilustrados presentes en polémicas tanto literarias como históricas sobre la fecha de fundación de la ciudad de Buenos Aires (Martínez Gramuglia, 2010). No menor fue la presencia de artículos en el *Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiográfico del Río de la Plata*[4] y en el *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio*[5] que apelaban a desactivar la vigencia de las tradiciones propias del antiguo régimen tanto en la transición generacional del saber como en la falta de fomento de la producción agraria por fuera de los niveles de subsistencia para que el excedente se dedique a cubrir sus necesidades de vestuario («Prospecto», 1928).

Antes de que la vestimenta como signo de civilidad ocupara las páginas de los periódicos coloniales, ya se habían dejado huellas sobre esta cuestión en distintos documentos, como el defensorio del oidor fundador de la Real Audiencia de Buenos Aires, Alonso de Solórzano y Velasco. En él, se argumentó en 1667 a favor de la apertura del puerto bonaerense al comercio con España, porque la ciudad «[…] se iba despoblando y que sus casas, miserables tapiales cubiertos de paja, se estaban cayendo sin posibilidades de

3 José Carlos Chiaramonte (2007) abordó la cuestión de la Ilustración en el Río de la Plata desde un enfoque que le permitió pensarla a partir de la matriz francesa tamizada por la ilustración católica española, cuyos principales exponentes fueron Pedro de Campomanes y Gaspar de Jovellanos. Chiaramonte (2007: 73) rastreó las lecturas que en Buenos Aires se hicieron de Antonio Genovesi cuyas *Lezioni di commercio* influyó a Campomanes y Jovellanos que le ofrecieron «a los rioplatenses intersados en reformas viables dentro del ámbito de la monarquía hispánica, una versión moderada del espíritu reformista del siglo». Si algo tenían en común los ilustrados españoles influenciados por las corrientes neomercantilistas y fisiócratas era el «atribuir a la agricultura la función de origen de la riqueza, abandonando el punto de vista de identificarlo con la posesión de metales preciosos […] mientras que se admitirán límites precisos al liberalismo económico en diversos terrenos» (Chiaramonte, 2007: 73).

4 El *Telégrafo Mercantil* de Francisco Cabello y Mesa se publicó entre el 1° de abril de 1801 y el 17 de octubre de 1802 bajo la modalidad de suscripción cuyo costo variaba de acuerdo al lugar de residencia del lector por los gastos de correo. Los temas que abordó se encuadran en el amplio espectro de su título aunque se le cuestionó la falta de «buen gusto» al incorporar satirillas como aquella que firmó *El poeta médico de las almorranas* y que se creyó durante años que fue la causa del cese de su publicación (Correa Luna, 1928; Torre Revello, 1940) Si bien no hay acuerdo al respecto, ya que otros autores sostuvieron que el artículo «Política. Circunstancias en que se halla la provincia de Buenos Aires e islas Malvinas y modo de repararse» fue el que colmó la paciencia de las autoridades virreinales (Gutiérrez, 1998; Medina, 2000). Otras investigaciones apuntaron a las molestias que causó a la élite la publicación el 2 de mayo de 1802 de una carta datada en Algeciras que cuestionaba el honor de un marino español en combate frente a la armada británica (Caillet-Bois y González, 1941: 107). Ante la falta de documentos que permitan deducir las razones que llevaron al cierre del *Telégrafo* se sostuvo que éstas debían buscarse en la acumulación de artículos y poemas satíricos. El periódico fue leído desde distintos enfoques académicos centrados en sus principales características (Bonardi, 2006), en la conformación del público lector y configuración de letrado virreinal (Martínez Gramuglia 2010; 2012), en la circulación de la información tanto de Europa a América y viceversa (Martini, 1999), en la censura virreinal (Díaz, 2005), en el fomento de la civilidad (Maggio Ramírez, 2009; 2011) y en la circulación de las ideas económicas de los fisiócratas (Pastore y Calvo, 2005).

5 El *Semanario de Agricultura* de Juan Hipólito Vieytes se publicó entre el 1° de septiembre de 1802 y el 11 de febrero de 1807 ante la inminencia de la segunda invasión inglesa a Buenos Aires. A diferencia que el *Telégrafo* no se propició la publicación de literatura ficcional ni las disputas literarias ya que advertido por las autoridades se focalizó a los tema del título y que habían sido aprobados en el «Prospecto». El *Telégrafo* publicó el listado de suscriptores que fue el principal insumo de Mónica Martini (1998) y Pablo Martínez Gramuglia (2008) para rastrear los lectores entre burócratas, clérigos y comerciantes virreinales. En cambio el *Semanario* no publicó la nómina de suscriptores aunque apeló principalmente al ciudadano lector para que divulgue «aquellos conocimientos que adquirió, y que unos libros tan útiles se hallen solo circunscriptos a la pequeña esfera de un estante» («Prospecto», 1928). El cambio de la piedad barroca a la ilustrada implicó un rol más activo frente a la feligresía rural por parte del párroco que se encontró interpelado en la prensa con las cartas sobre agricultura que Vieytes dirigió a su ficticio hermano en la campaña bonaerense (Barral, 2007; Maggio-Ramírez 2008). Los temas que abordó el periódico se centraron en el ámbito del naciente liberalismo económico y su temprana influencia de Adam Smith así como en el fomento de la agricultura y la manufactura artesanal, por ejemplo del telar (Weinberg 1956; Martínez Gramuglia, 2009).

poder ser reconstruidos. Muchos vecinos —afirmaba— con desnudez y hambre se habían refugiado en el campo, en donde quedaban a merced de los indios guerreros que salían a los caminos y atacaban las estancias […]» (Torre Revello, 2004: 47). La ciudad expulsaba a aquellos habitantes con «desnudez y hambre» hacia la barbarie. La mayor parte de los géneros y ropas que llegaban a Buenos Aires provenían del Perú, a causa del comercio monopólico. El oidor constató que «la mayor parte [de las telas] que llega tiene peligro de corrupción y llega apolillada y podrida, y como son tan crecidas las expensas para su conducción son exorbitantes los precios, y se imposibilitan los vecinos comprar lo preciso para ir a la iglesia, y así se retiran con sus familias a las chacras y estancias desnudos sin camisa y con gran miseria. […]» (Molina, 1961: 465). La vestimenta era sinónimo de la vida civil y de buen pasar, según escribió Solórzano, pero también era necesaria para la sociabilidad ligada a la vida religiosa. La falta de ropa implicaba el retiro de la vida en la ciudad en esa representación en donde la moda fue el principal argumento para solicitar la libertad mercantil a mediados del siglo xviii y que recién se llevó a cabo con las reformas borbónicas en el reglamento de libre comercio entre España y América de 1778. La ropa era entonces en el Antiguo Régimen un bien que se heredaba por lo que no había variación en su confección ni modelo. El tiempo se mantenía inalterable y cíclico en la vestimenta hasta que irrumpió el auge mercantil y la moda de los tiempos ilustrados aunque allí hubo que marcar una distinción entre el consumo del lujo por comodidad y el de ostentación.

La prensa fue el espacio donde la identidad de la élite ilustrada no sólo se evidenció en oposición a las castas sino que se recortó de aquellos que carecían de los modos correctos de habitar la ciudad. Las «buenas costumbres» marcaron las distancias entre el campo y la ciudad pero también fueron la meta de llegada para acortar el Atlántico e imaginarse cercanos a la urbanidad europea. En la prensa se disputó la narración de la sociedad y costumbres americanas contra los eruditos europeos, principalmente aquellos dedicados al género literario de la historia natural, que pensaron el Nuevo Mundo marcado por la barbarie (Bernand, 2011).[6] Para diferenciarse de los filósofos de gabinete europeos, que nunca habían visitado América, en la prensa se buscó rescatar la civilidad de la burguesía rioplatense así como «contagiar» con sus «buenas maneras» a distintos actores como los labradores, artesanos y castas urbanas.

3. El lujo de comodidad y de ostentación en la prensa

La élite letrada porteña encontró en el fomento del lujo y la moda una de las estrategias para romper con el pasado, al que asociaban por los métodos tradicionales de labranza propios de la antigüedad, y auspiciar el ingreso de los campesinos al mercado para apuntalar el crecimiento mercantil. La producción por encima de lo necesario para subsistir permitiría que el excedente ingresara al mercado para gastarlo en lujos como la vestimenta pero sin caer en el extremo de la ostentación. En los periódicos virreinales se publicaron distintos textos que se enmarcaron en la tensión sobre el lujo que fue desarrollada por Antonio Genovesi cuando abordó el carácter ambivalente del problema en

6 Los misioneros españoles a finales del siglo xviii no juzgaron a los indios por su etnia o raza, sino por su comportamiento como una manera de refutar a los filósofos de gabinete (Weber, 2007: 147). Nicolás Kwiatkowski (2014), tras su lectura de David Weber (2007), al analizar los orígenes clásicos de las representaciones de la barbarie europea y americana durante la Ilustración destacó que tanto los criollos como los españoles utilizaron de manera indistinta los términos «bárbaros», «salvajes», «bravos», «feroces», «infieles», «gentiles» o «indómitos» pero remarcó que Francisco de Paula Sanz, en 1780, de paso por el Virreinato del Río de la Plata, consideró que «los indios que pagaban tributo estaban "entre los más civilizados" pese a lo cual eran incapaces de "escapar a la barbarie" pues mantenían "sus antiguas costumbres, trajes e idiomas"».

los pares dicotómicos: «lujo de comodidad» y «lujo de ostentación». La obra del erudito napolitano fue conocida en el Río de la Plata entre los lectores del género ensayístico de la economía política como Juan Hipólito Vieytes, Manuel José de Lavardén y Manuel Belgrano. Esta diferenciación sobre el lujo, presente en las *Lecciones de economía* de Genovesi, lo explicaba como síntoma de un deseo de distinción social. El «lujo de comodidad» se vinculaba con la sensualidad y el hedonismo del ser humano, que se traduce en «el consumo de bienes que hacen la vida más cómoda y agradable», mientras que el lujo de ostentación se centraba «en la distinción […] es el lujo del amor propio […] es un lujo que pertenece, por entero, al hombre social» (Díez, 2001: 121). Este último era considerado ocioso e inútil y se presentó como una forma «corrompida del consumo» en oposición a la concepción burguesa del lujo que avalaba sus efectos útiles del consumo necesario. Este tipo de actividad era beneficiosa, tanto para el individuo como para la sociedad al fomentar la producción y la industrialización seguida de la comercialización de los productos locales en el mercado.

El fomento del «lujo de comodidad» fue una de las tantas estrategias que utilizó la élite letrada para reivindicar su identidad criolla frente a la mirada denigratoria de los «filósofos de gabinete», como el conde de Buffon, Cornelius De Pauw, William Guthrie y el Abate Raynal, entre otros. Mientras que los eruditos europeos calificaban las costumbres de los americanos por fuera de la vara de la civilidad del viejo mundo, en los periódicos locales se destacaba la cercanía de las modas y costumbres de los criollos porteños con las europeas. En ese gesto se reinvindicaba la identidad local de la élite criolla y urbana que a su vez se distanciaba del campesino al que proponía educar tanto en sus prácticas agrícolas como en el consumo del «lujo de comodidad» para demostrar así que se encontraban en la misma temporalidad que Europa .

4 El lujo y la moda en el *Telégrafo Mercantil*

En las primeras páginas del «Análisis» del *Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiográfico del Río de la Plata* se explicitaron los objetivos principales para que los lectores tuvieran un abanico posible de los textos que allí se podrían encontrar si se suscribían. Francisco Cabello y Mesa, editor del *Telégrafo*, enumeró las palabras claves de su publicación para luego desarrollarlas.[7] Entre «industria» y «artes» se encontraba el lujo. El editor apeló a los «filósofos modernos» que entendieron el lujo tanto como fuente de prosperidad como de opulencia. Por un lado animaba a la industria, las ciencias y las artes, mientras que por otro lado fomentaba la ostentanción. Cabello y Mesa recordó en su «Análisis» que si bien los sabios consideran al lujo como «aquel azote destructor, o peste que aflige a una ciudad» no habría de preocuparse por las «superficialidades ni el número de ellas» como un problema sino el apego que tenía el hombre a los objetos de lujo como si ellos influenciaran en su felicidad.[8] Para demostrar la «barbarie de la civilización», que su periódico estaba dispuesto a combatir desde su prospecto, se recurrió a la comparación

7 Sobre la vida de Francisco Cabello y Mesa, así como de su obra, tanto literaria como periodística en los actuales territorios de España, Perú y Argentina, se recomienda la tesis doctoral de Mónica Martini (1998).

8 Peggy K. Liss (1995: 25) citó a sir Lewis Namier, que en su *England in the Age of the American Revolution* dedujo que la relación entre felicidad y utilidad se debió a que «[p]osiblemente, la reducción de todos los valores a un común denominador monetario fue estimulada hasta cierto punto por el descubrimiento del átomo, unidad común en una creación infinitamente diversificada: la disciplina social y moral, que no tiene una medida exacta propia y que sin embargo trata de estimular la previsión, es singularmente susceptible de ser influida por términos y conceptos tomados de la ciencia. La teoría cuantitativa de la felicidad, de los utilitarios ingleses, estuvo sin duda psicológicamente conectada con este hábito de reducir los valores morales a la unidad monetaria».

entre el urbanita y el indio pampa.[9] Éste «hace pender su felicidad de las plumas que ciñen su frente, de los caracolillos que cuelgan de su oreja, del racú, y otros menjunjes, con que se embadurna y pinta las carnes, *este sí es hombre de lujo* como lo son también los hombres, y mujeres que... pero me he difundido más allá de lo que me permite un Análisis». La comparación apenas esbozada, porque Cabello y Mesa se llama a silencio, dejaba en claro que no cuestionaba los objetos en sí sino la carga simbólica que se les atribuía. Ese gesto igualaba a «los hombres de lujo» con los indios pampas. La sociedad estamental del Antiguo Régimen, reglada por las leyes suntuarias, comenzó a resquebrajarse. El auge del comercio fomentó en Buenos Aires no sólo el gusto por la moda y la novedad, sino también por lo superfluo e inútil. Este último era considerado como «lujo de ostentación» y por ende fue considerado como el signo de la barbarie en la ciudad en la prosa del *Telégrafo*. La ostentación era propia tanto del «indio pampa» como del urbanita petimetre.

El 11 de abril de 1801 se continuó en el *Telégrafo* el artículo «La idea general del comercio de las Provincias del Río de la Plata» donde se comparó la situación de Tiro y Alejandría en la antigüedad como centros de circulación comercial con Buenos Aires y sus provincias por su puerto así como por su abundancia de materias primas «con un sin número de otras especies de comodidad y lujo, fuera de los preciosos y abundantes metales de oro y plata». El énfasis del texto estaba en la necesidad de ingresar al comercio los productos naturales pero si se les agregaba valor para su exportación. El lujo ya no sólo se cifraba en los metales preciosos, como sucedió en tiempos antiguos, sino en el resto del mundo natural de la exuberancia americana que estaba lista para ser interpretada por los saberes ilustrados como fuente de recursos en vez de cuestionada por la Historia Natural.[10]

En el *Telégrafo Mercantil*, la apelación a lo moderno como sinónimo de moda y novedad fue una constante en desmedro de lo antiguo. Tanto en lo que respecta a las mercancías que se anunciaban para su venta en el periódico como en lo referido a la vestimenta, el adjetivo moderno fue el signo de los tiempos ilustrados. En la sección «Ventas», del 15 de abril de 1801, se comunicaba la oferta de un «coche, y un cupé moderno, con mulas, y tiros [...]», donde la novedad era tan importante como las mulas. La reacción

9 Los límites entre la ciudad civilizada y la campaña bárbara, «propuesta por Sarmiento y aceptada aún hoy implícitamente» (Halperin, 2002: 71) tuvo durante el período virreinal, en las fuentes consultadas, límites lábiles que encontraban la barbarie en la ciudad cuando se corrompían las costumbres el gesto estoico en la moda y se privilegiaba el lujo de ostentación. También se encontraba la civilización en la barbarie de los pueblos originarios cuando se distinguía a los indios pampas que comerciaban en las ciudades de frontera frente a aquellos que no lo había porque apelaban a la estrategia del malón y eran considerados salvajes.

10 A mediados del siglo xx, la aparición en Italia y luego en México de *La disputa del Nuevo Mundo. Historia de una polémica, 1750-1900*, de Antonello Gerbi rescató un *corpus* fundamental para la historia colonial americana: las reacciones españolas y americanas a la obra del conde de Buffon y de quienes retomaron sus postulados sobre la «debilidad» o «inmadurez» del continente americano. Gerbi ahondó en la lectura sesgada que el naturalista francés había realizado de la literatura de viajes y las historias naturales escritas sobre territorio americano. Esa mediación impresa posibilitó la narración acerca de un espacio inconmensurable y cercano a lo maravilloso, que llevó a imaginar que allí la fauna era inferior a la conocida en el Viejo Continente. La historia natural dieciochesca sostuvo que el puma americano, sin la melena y grandilocuencia del león, resultaba tanto más pequeño y cobarde. La debilidad de la naturaleza no sólo se verificaba en la fauna originaria, sino también en los animales domésticos, que al cruzar el Atlántico se habían empequeñecido y vuelto menos apetitosos, con la significativa excepción del cerdo. La hostilidad de la naturaleza americana, que había corrompido a los animales y prodigado insectos y reptiles debido a la humedad de un paisaje pantanoso, también había afectado a los nativos. Al respecto, la descripción se centraba en aquello ausente del modelo ideal europeo. El «salvaje» americano era, para Buffon, «débil y pequeño por los órganos de la generación: no tiene pelo ni barba, y ningún ardor para con su hembra. Aunque es más ligero que el europeo, porque tiene más costumbre de correr, es sin embargo mucho menos fuerte de cuerpo; es asimismo mucho menos sensible, y sin embargo más tímido y cobarde; no tienen ninguna vivacidad, ninguna actividad del alma» (Gerbi, 1960: 6-8) En síntesis, la hipótesis del director del *Jardin du Roi,* según Gerbi, era que la naturaleza del Nuevo Mundo era débil porque allí el hombre de espíritu frío, en consonancia con los animales de las «tierras bajas, húmedas y pantanosas», no la había dominado.

conservadora también tuvo lugar en la prensa cuando se publicó el 26 de septiembre de 1801 el artículo «Sobre el teatro» de Enio Tullio Grope. Allí se cuestionaban los cambios en el gusto teatral, mientras «que en otro tiempo» se avalaba el teatro español mientras que los «críticos modernos» ahora las ven con «desprecio» y «[…] ahora el nombre solo de tales comedias excita la risa y el oprobio de todos los censores cultos». Aquellas obras españolas que gozaron del favor de la crítica cayeron en desgracia no sólo por el cambio del gusto estético sino porque ya no estaban en sintonía con el nuevo espíritu ilustrado.

En la pluma de Portillo, lo moderno se encontró con la moda cuando, en la continuación del artículo «Sobre una ley Athica» de 3 de junio de 1801 dedicado al ostracismo. Allí se comparó la predominancia en la toma de decisiones por «el gusto por la novedad y la mudanza» en los atenienses, «como entre nosotros la moda». Más adelante, el 3 de septiembre de 1802, el cordobés ilustrado volvió sobre este cruce en «Sobre la revolución de trages del Perú» pero para marcar la pervivencia del pasado en la tradicional sede virreinal . En tiempos en que caducaron las «leyes suntuarias, y sin estrépito de las autoridades públicas, se toca la revolución feliz con que las hispanoamericanas van deponiendo rápidamente el aro y faldellín plegado del Perú, que por su insoportable peso ocasionaba gravísimos males […]». El peso de la tradición anquilosaba la demora del cambio en Lima. En el barroco, la teatralidad de los gestos era parte fundante de la sociabilidad burguesa (Chartier, 1994: 260). El cordobés Portillo valoraba la salud de las mujeres por sobre los dictados de la moda del Antiguo Régimen, aunque las féminas «[h]oy se afanan en la posible imitación de las europeas, averiguando las modas y caprichos del antiguo hemisferio». «Capricho» se definió en la RAE de 1803 como una idea «las más de las veces sin fundamento ni razón», por lo que era propio del concepto que se tenía para el ámbito femenino a principios del siglo xix. A las mujeres se le atribuían cualidades ligadas al cuerpo, como la sensualidad, en oposición al hombre, que era la encarnación de la razón. Al no tener fundamento, la moda era efímera, como sostuvo Juan Sempere y Guarino en su *Historia del lujo y de las leyes suntuarias de España:* «Las que con todo rigor se llaman modas son de corta duración, y no tienen más subsistencia que mientras permanece la sorpresa de la novedad» (Pérez Abril, 2009: 252).[11] El cordobés, con un espíritu propio del reformismo Borbón, dejó en claro que ese cambio de gustos serviría para fomentar el comercio, por lo que avisaba a los «negociantes», «para precaver fatales chascos», que en el Perú comenzaba a ser anticuada la moda del aro y faldellín. Para Portillo, la moda neoclásica serviría para extinguir las diferencias entre la vieja sede virreinal limeña y «el gran territorio de la Argentina o país de Buenos Aires», porque «los progresos de la cultura van siempre de acuerdo con la razón, y que las gentes sin necesidad de otras violencias, adoptan siempre la utilidad, belleza, y comodidad que aquellas persuaden». La vestimenta era racional cuando cumplía con la utilidad para quienes la usaban y permitía, al igual que en la Roma clásica, según las lecturas de Portillo del Abate Nadal, «hermanar los corazones e intereses de [las] colonias con la gran metrópoli analogizando el traje».

Bajo la firma del seudónimo anagramático de Francisco Cabello y Mesa, Narciso Fellovio Cantón, que por un error de composición tipográfica del periódico se cambió la

11 Esta legislación sostenía que había una correspondencia entre el lugar que se ocupaba en el orden social y el vestido que representaba ese *status*. En Nueva Granada, «las élites estaban dispuestas a cualquier sacrificio con tal de obtener los signos visibles que aseguraran la exhibición de su blancura» (Castro-Gómez, 2005: 84). El mismo temor, que algún advenedizo cruzara las fronteras entre estamentos a partir de una vestimenta que no correspondía a su condición, se encontró en los periódicos porteños cuando se cuestionaba el uso del «don» para aquellas personas que carecían de antepasados hidalgos. También en Nueva Granada, se encontró que el uso del «don» tenía la misma finalidad que la subversión de las leyes suntuarias cuando «las elites criollas se apropiaron de él *informalmente*, esto es, sin necesidad de acreditar los debidos títulos de nobleza, y lo utilizaron ampliamente para reforzar su distancia étnica frente los grupos subalternos» (Castro-Gómez, 2005: 85).

«b» por la «v», se publicó en el *Telégrafo,* el 18 de octubre de 1801, un «Elogio a las porteñas». Buenos Aires contaba, según el editor, con el mejor temperamento de América del sur, porque ni el frío molesta ni el calor enfada, de modo que se vivía en una eterna primavera que conservaba la salud y favorecía la fertilidad femenina. Cabello describió a las porteñas con «un espíritu penetrante, una memoria prodigiosa, unos modales nobles, y afables, un aire de humanidad, y majestuoso, un corazón benigno y lleno de piedad, y son sin duda unos presagios nada equívocos de futuros prodigios». Estas características hicieron que tomaran la aguja, el huso y la plancha para dedicarse a la costura, así como tampoco desdeñaban la escoba. La mujer virtuosa, además de leer y escribir «con admirable propiedad exactitud, y corrección», conocía los principios de la religión y era costurera y sastre de la familia. Las porteñas tenían en sus manos el dictado de la moda, en tanto mediadoras del gusto que se imponía en Europa, pero por la condición periférica del Río de la Plata en relación a las metrópolis se encargaban de realizar sus vestidos a partir de géneros y telas importadas.

En oposición al lujo de comodidad se halló a los currutacos y petimetres, tanto hombres como mujeres, que hacían de la ostentación un modo de presentarse frente al mundo social virreinal y de esa manera acortar las distancias entre la sede virreinal y la metrópoli. En el *Telégrafo* se publicó la «Definición del currutaco» en un texto poético sin firma que, al mes siguiente, fue atribuido a José Prego de Oliver (*TM*, 1914: 223-224). Después de enviar a la imprenta ese poema, el editor del *Telégrafo* se anotició de que «la composición estaba adulterada por algún rival de su autor», por lo que se hizo de otras copias «y habiendo conseguido tres, no halló una que tuviese afinidad con la otra» (*TM*, 1914: 264). El currutaco porteño, al igual que el español, era representado por su falta a la masculinidad, que se constataba en el hecho de que desperdiciaba su mañana en el «afeite» y salir pomposo de su casa para mirar con desdén a la gente. La femineidad se destacaba cuando, con sorpresa, el sombrero que lleva el currutado «es pequeño como una diadema». La legislación había prohibido en España el sombrero de tres picos, tras el motín de Esquilache, para que se pudiera ver el rostro de los transeúntes, pero la utilización de un pequeño sombrero era demasiado para las tradiciones en ambas márgenes del Atlántico.

La ruptura con la tradición fue el principal argumento para la crítica del petimetre, por ejemplo cuando en el poema de Prego de Oliver el enunciador descubre que el lechuguino no lleva a su izquierda el espadín pendiente, por lo que exclama: «¡Arnesto, Arnesto desaparecieron /nuestras costumbres cual la niebla leve!» (v 15-16). Tampoco sabe el petimetre de los juegos olímpicos, pero sí conoce en cambio los juegos de cartas de salón, como el sacanete, la banca y el parar, que al parecer se practicaban en las tertulias porteñas, y «que no los ha aprendido impunemente/ pues le cuestan más riesgos y vigilias,/ que de Pergamo el sitio a Diomedes» (v 34-36).

5. La novedad y el lujo en el *Semanario de Agricultura*

La reproducción «Pedimento que presentan al tribunal de la moda los habitantes del Cantón de la miseria conyugal» el 28 de marzo de 1804 por Juan Hipólito Vieytes en su *Semanario* implicó no sólo la apropiación de un artículo que Cristobal Cladera publicó años antes en el madrileño *Espíritu de los mejores diarios* sino que a finales de 1790 también fue reproducido en Lima. En la primera experiencia periodística de Francisco Cabello y Mesa ese texto se utilizó a finales de 1790 en el Diario de Lima para exponer el «lacrimoso clamor de maridos que intentan en vano sostener con decoro una familia mientras sus mujeres no reparan en despilfarro que sobrepasan los posibles de su estado» (Martini, 1998: 121). La elección de los editores españoles y americanos por reproducir ese artículo

implicaba un pasaje de la vestimenta pensada en términos de heredad, como repetición cíclica de un pasado, y la moda de los tiempos ilustrados que con sus cambios constantes llevaría a la ruina la economía del hogar. El lujo de ostentación era el que se cuestionaba en el artículo cuando se pedía la complicidad del «laborioso marido» en contra de la moda que ejercía su

> [...] furor contra nuestras mujeres, que riendo, paseando, y prendiéndose consumen toda nuestra substancia. No es decir que las falte economía e intenciones saludable, no calculan muy bien en asuntos de cocina, de criados y de maridos; pero lo mismo es pasar a las modas, y hablar de tocador, de adornos, que pierden la chaveta; al instante se trastorna la teoría del cálculo, toma otro aspecto la economía y discurren muy de otro modo (*SAIC,* 1928b: 235).

La indiferencia por parte del marido no sólo le acreditaría el mal semblante y gritos de su esposa, sino que «[...] la experiencia le hará ver cuán cara le costará su imprudencia». Seguir los dictados de la moda traía consigo «[...] familias arruinadas, mujeres, maridos, hijos desesperados, [y] bancarrotas todos los días [...]». Se argumentaba que quienes caían en las garras de la moda pretenden aparecer como si gozaran de fortuna cuando «[...] hoy las apariencias prueban muy poco, pues aún con pruebas las más convincentes no se hallan más que incrédulos.» Se imploraba la vuelta a un «código de modas» que, sin contradicciones, permitiera que las novedades florecieran «cada tres o cuatro años, a fin de que siquiera tengamos el tiempo de saber cómo se llaman las cosas, de comprarlas a nuestras mujeres, y de que nos sean familiares para que las podamos conocer». Por último, se le suplicaba a la moda que se dignase «por algún tiempo aliviar a tanto marido que se halla en la víspera de ver todas sus ventas consumidas en los dominios vastos de tus atractivos.» Uno de los justificativos de tal apelación a la moda por parte de los maridos era porque «no querían verse tachados de «antiguos», «inciviles» o «miserables» —dicterios muy frecuentes en la época—». En el Antiguo Régimen se escapaba de manchar la reputación de una dama como gastadora y ostentosa, por lo que «el miedo a parecer miserables e inciviles, de no estar a tono con los tiempos, comenzaba a atosigar ahora la conciencia de los maridos, cuya autoridad por primera vez se veía en entredicho» (Martín Gaite, 1981: 55-56).

El *Semanario* de Vieytes, además de criticar el uso del vestido como epítome de la moda y la novedad, también se utilizó como vara para marcar las distancias entre la «civilidad» urbana, principalmente de la élite letrada y la «gente decente», y la «barbarie» del habitador de la campaña. Gabriel Antonio de Hevia y Pando narró un viaje, tal vez ficcional, en el que se reparaba «[…] en el crecido número de hijos de familia ociosa, mal vestidos, los más descalzos». Tal fue la impresión que le causó que se atrevió a preguntarle al padre de uno de ellos «por qué no los ponía a aprehender un oficio, que así ganarían para vestirse [...]» (Hevia y Pando, 1928: 282). El asturiano Hevia y Pando, vecino de Tupiza, argumentó en favor del aprendizaje de oficios útiles a la sociedad, tal vez en conocimiento de la cédula real del 18 de marzo de 1783 que declaraba la importancia de oficios que anteriormente eran considerados viles. El padre de familia prefería ver a sus hijos en harapos y sin calzado que con sus manos aplicadas al trabajo, por lo que Hevia y Pando (1928: 282) escribió:

> Padres de familia, crueles tiranos de la felicidad de vuestros hijos, indignas causas de una infeliz generación que por capricho reducís a la indigencia, los exponéis a los más infames hechos; ¡es posible que acertéis a llamar hijos vuestros a quienes con

> más razón debierais distinguir con el nombre de inocentes objetos de vuestro odio! ¿Es más honrosa ocupación la de mendigar que verlos ocupados con utilidad en un obrador? ¿Es mejor oficio la ociosidad, origen de un sin número de vicios en que los veis ejercitados lastimosamente que aquel, sea el que fuere, según su inclinación a cuyas expensas se socorre vuestra casa?[...] En la capital del universos, y en toda nación culta, el peor oficio es no tener oficio alguno […].

Carecer de ropa y zapatos no sólo era signo de indigencia, sino de que no se contaba con ningún oficio y, por ende, no se era útil a la sociedad. Los «bárbaros», como otredad distinta al ciudadano, no eran solamente las castas y los pueblos originarios, sino también el criollo labrador del interior del virreinato que vestía harapos. Para Hevia y Pando, la multiplicación del buen gusto haría que nunca sobraran «efectos manufacturados», pero habría que activar la industria «[...] ya con la persuasión o sea con la instrucción, y el ejemplo [...]» y así el «[...] pobre verá desaparecer la desnudez de entre su familia, y el rico hallará en la abundancia variada de mil modos un pretexto de justa apetencia a los géneros de más valor que contemplará indispensables a su estado [...]». El hombre de campo, que había dejado de utilizar la capa española por el poncho en el siglo xvii, vestía usualmente antes de 1810 «chaqueta corta, camisa blanca, pañuelo al cuello, chaleco muy abierto dejando ver la amplia camisa y el característico pantalón corto, con ciertas identidades al de los andaluces» (Cabrejas, 2000: 84). Desde Córdoba, según Mariquita Sánchez de Thompson, llegaban «unas bayetas muy ordinarias» que eran usadas por la «gente pobre» y que en las casas porteñas se recibían blancas para teñirlas de morado u «otros colores, para vestir a los criados» (Sánchez de Thompson, 2003: 130). También recordó que «la gente pobre» utilizaba el tucuyo correntino porque era «el género blanco más ordinario que costaba un peso, seis reales; esto era muy ordinario».

En el artículo «Industria» del segundo número del *Semanario*, Vieytes promovía que la mujer e hijos del labrador se dedicaran a la rueca para poder vestirse. El editor sostenía que el labrador con sus ingresos no podía comprar ropa adecuada para sus faenas que soportasen el trabajo de meses, por cuanto gastaba su dinero en lienzos de Cochabamba y en las bayetas de Cuzco. El precio acomodado de estos géneros, a pesar de los costos de traslado y del estado de los caminos, le sirvió a Vieytes para argumentar que si a pesar de su baratura y mala calidad se utilizaban como vestimenta para los labradores, sería mucho más rentable que mujeres y niños se dedicaran al telar. Por otro lado, el poncho tuvo durante el siglo xviii un papel relevante en tanto mercancía textil en el espacio rioplatense. En las familias campesinas, la mujer hilaba y el hombre tejía en los telares. Vieytes sostuvo en su periódico que los salarios rurales eran altos pero insuficientes para cubrir los costos de la vestimenta, ya que un poncho podía valer hasta 15 días de trabajo en un campo en Magdalena. Los ponchos resistieron el éxito de los textiles europeos hasta bien avanzado el siglo xix (Mayo, 2004: 132). La calidad en la ropa de trabajo era un signo visible del labrador, que podría cambiar para acercarse a los ciudadanos ilustrados. En el artículo «De la utilidad que resultaría a las Provincias del Río de la Plata el establecer ferias y mercados en sus pueblos», Hevia y Pando volvió sobre la necesidad de avivar el comercio para que el «habitador del campo» sienta la «inclinación a todo aquello que alcance a proporcionarle sus deseos»; porque «en cuanto no tenga otras ideas de modo de vivir de los demás hombres en sociedad, que las que hasta el día lisonjean su fantasía, jamás echará menos aquello que no conoce». Más adelante, Hevia y Pando aclaró su postura para evidenciar que las distancias entre el campo y la ciudad seguirían insalvables cuando afirmó:

no digo que se le lleve al campo terciopelo, brocados ni dijes preciosos, ni que se les aconseje el uso de manjares sumamente delicados; pero sí soy de dictamen, que en cuanto no apetezcan el alimento mediocremente condimentado y una regular de decencia en el vestir, les parecerá regalo la carne cocida en agua y sal, y demasiado lujo un calzón de cordellate, y no teniendo necesidad de comprar, seguramente dejarán de trabajar para vender (Hevia y Pando, 1928b: 12-16).

La emulación, junto con el conocimiento de otras formas de comer y vestirse, eran los principales argumentos de Hevia y Pando para fomentar la civilidad en la campaña bonaerense mediante el comercio. La propuesta se centraba en que al habilitarse las ferias en distintos rincones del virreinato, los labradores se acercarían para vender o trocar su producción. Así entrarían en contacto con el comerciante de la ciudad como mediador del buen gusto, la moda y la civilidad. El labrador «pensará en distinguirse de los otros vistiendo algunas ropas de las fábricas de Europa; para reponer este gasto redoblará su industria estableciendo entre su familia los tejidos de lana y algodón; y como es natural el deseo de parecer bien, de los tejidos caseros que usaran el día de trabajo, pasarán a vestirse el día de fiesta de los géneros de Europa [...]». El comercio de la moda, de las mercancías urbanas, sería para el campesino la puerta de entrada al mundo civilizado. La moda, la distinción entre pares, era la puerta de entrada a ese «género de vida entre civil y montaraz» que proponía Hevia y Pando para que los campesinos se incorporaran también al mercado del lujo de comodidad.[12]

Si la vestimenta era un signo que marcaba la civilidad o su ausencia, el lujo de ostentación indicaba el derroche y el gasto superfluo, pero también se lo interpretó como una motivación que dinamizaba la economía.[13] En la primera carta que publicó Manuel José de Lavardén, con el seudónimo F. Juan Anselmo de Velarde, en el *Semanario* de Vieytes, criticó el artículo «Política. Circunstancias en que se halla la provincia de Buenos Aires e islas Malvinas, y modo de repararse» del *Telégrafo* porque había presentado a las mujeres porteñas con una singular afición por los europeos y porque, según el autor anónimo, la mayoría vive «generalmente en mucha pobreza y con tanto lujo que ninguna se quiera presentar menos decente que la otra». Entre los distintos tópicos que Lavardén se encargó de rebatir, se contaba el que reinase en Buenos Aires el lujo de ostentación:

[...] si el lujo fuera cual le describió no sé qué papel del Telégrafo, poniéndole en las plumas, con que se adornas los desnudos Payaguás, se habría de concluir que era intolerable la magnificiencia de nuestras mujeres. Mucho se ha dicho del lujo; pero la misma contradicción, que se nota en los escritores prueba que en su concepto

12 La tensión entre el campo y la ciudad también fue estudiada para el caso español por Carmen Martín Gaite. La autora analizó cómo se rechazaba en los círculos cortesanos a «la mujer educada en el campo o en la provincia, incapaz de moverse con soltura entre los usos de la capital. Ya no se trataba, pues, del orgullo por ostentar un apellido noble o una conducta inmaculada, sino del prestigio que proporcionaba haberse sabido acoplar a las modas y estilos al uso». En España la dicotomía noble-plebeyo se interpretó a finales del siglo xviii como estilo cortesano y provinciano.

13 Mariquita Sánchez de Thompson (2003: 152) escribió, a pedido de su sobrino Santiago de Estrada, sus *Recuerdos del Buenos Ayres Virreynal,* tal vez para 1860. Allí, al recordar la primera invasión inglesa de 1806, hacía hincapié en el cuidado de la vestimenta de las tropas locales y cómo distaban de la norma: la regularidad en el vestuario y su limpieza fueron signos de civilidad. En una digresión, se detenía a describir las fuerzas militares: «Las milicias de Buenos Aires: es preciso confesar que nuestra gente del campo no es linda, es fuerte y robusta, pero negra. Las cabezas como un redondel, sucios; unos con chaqueta, otros sin ella; unos sombreritos chiquitos encima de un pañuelo atado en la cabeza. Cada uno de un color, unos amarillos, otros punzó; todos rotos, en caballo sucios, mal cuidados; todo lo más miserable y feo. Las armas sucias, imposibles dar ahora una idea de estas tropas. Al verlas aquel día tremendo, dije a una persona de mi intimidad: si no se asustan los ingleses de ver esto, no hay esperanza».

> tiene no poca parte la preocupación. Quien de el trata con la precisión demostrativa, que acostumbra, es el Abate Condillac de la Academia Francesa. Lujo, según este sabio, es el uso de especies raras. Parece adecuada esta definición porque si los tisues, y lo brocados llegasen a venderse a tan bajo precio, que no incomodase su compra a un verdulero, claro está que estas especies, aunque de lujo en su origen, cuando eran raras y costosas, dejarían de serlo en aquella actualidad. Confesando pues el observador, que es casi general la decencia del traje, debería concluir que no había lujo, por no haber un vestuario, que solo pudiese proporcionarse a gran costo un corto número de señoras (Lavardén, 1802: 41).

La prosa de Lavardén destacó el gusto de las porteñas «para elegir dibujos, y trasladarlos al bastidor, con cuatro varas de muselina, o de tafetán, aliñan, y pulen un vestido que parece traído de París». Los viajeros, según el autor, creían ser testigos de un lujo de ostentación cuando en realidad observaban el fruto de la «pulidez, aseo propio de su sexo premio de su aplicación, lucimiento de su economía». Las artes de la costura en mano de las porteñas «ha parecido lujo a una vista acostumbrada al erizado aspecto de la bayeta zapallanca», es decir, aquella de no muy buena calidad que llegaba a Buenos Aires desde el Perú. A Lavardén le enervó que el anónimo escritor, publicado en el *Telégrafo*, no rescatara que «las señoras de Buenos Aires son tan dóciles y humanas, que mas aspirar a distinguirse de la plebe por sus costumbres y modales, que por el mero accidente del vestuario». Para sostener su argumento, recurrió al *Lazarillo de los ciegos caminantes*, que había destacado a las señoras principales de Buenos Aires por no darle trabajo a los sastres, principalmente porque son muy buenas costureras.

El 6 de marzo de 1805 se publicó en el *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio* un «Reglamento de vida para los hombres de forma», transcripción del publicado en el *Espíritu de los mejores diarios* del 2 de febrero de 1788, supuestamente tomado a su vez de un periódico parisino, que no se ha identificado. En espejo, a los juicios críticos que se realizaban contra los petimetres, en el reglamento se estipulaba que «[s]iempre que veamos a un hombre mal vestido, mal peinado, modesto, tímido, y algo corto de genio, diremos rotundamente: *ese es un tonto*. Porque es evidente que el talento no se halla debajo de un exterior humilde». Otro de los artículos de tan seria normativa indicaba que los hombres de forma debían ir al teatro todos los días, no para ver las piezas sino para que los «vean las niñas, y para hacer lo que no pueden hacer todos, porque suele falta la mosca». Una biblioteca, «cuyos estantes serán de exquisita caoba, los enrejados de oro, los libros encuadernados en tafilete, todos *in quarto*, en una palabra, arreglada con toda la elegancia de nuestra alta condición», pero los petimetres se cuidarían muy bien de llegar a ella por lo que jamás quitarían un tomo de lugar. Que los libros se encuentren encuadernados y más aún en tafilete habla de la importancia que, desde Carlos III, se otorgó a la encuadernación en España, pues desde 1778 estaba prohibido el ingreso al reino de libros encuadernados, con excepción de aquellos que llegaran «en papel o la rústica». El mueble de caoba y oro o los libros encuadernados con cuero llegado de Marruecos eran una puesta en escena de los signos del saber, que no serían aprovechados por el petimetre. La biblioteca representaba, de alguna manera, a los eruditos a la violeta, jóvenes a la moda que gustaban del perfume de las violetas, que simulaban la posesión de un saber que les era ajeno. Estos petimetres poco afectos a la lectura fueron satirizados por José Cadalso en la obra que lleva el título completo: *Los eruditos a la violeta o Curso completo de todas las ciencias dividido en siete lecciones para los siete días de la semana*. Por otro lado el gusto por la novedad anudaba al petimetre con el lujo de ostentación por lo que se intensificaba la crítica a esta figura disruptiva.

La distinción entre la «gente plebeya» y los petimetres se presentaba como una constante en el reglamento. La diferencia se centraba en la moda y las costumbres altivas que los currutacos usaban para distanciarse de quienes no compartían su modo de vida. La crítica envuelta por un género literario inusual para tal fin, como el reglamento, se complementó días después en el *Semanario*. El 13 de marzo de 1805 se copió del mismo periódico español, *Espíritu de los mejores diarios*, del 9 de febrero de 1789 el artículo «Análisis de algunos cerebros humanos». En la prensa porteña aparece citado como tomado de «El Soñador» y se omite el primer párrafo, donde el editor del *Espíritu*, Cristobal Cladera, indicaba que la noticia se había tomado de un periódico londinense «The Dreamer (El Soñador) [donde] se halla el siguiente resultado de la análisis química de los cerebros de algunos individuos que conoce el *Doctor King*, su autor». Los supuestos análisis del doctor King dictaminaron que «[h]abiéndose puesto el cerebro de un petimetre en una retorta dio mucho fluido *aeriforme*». Por lo que petimetre, currutaco y lechuguino eran utilizados como sinónimo de cabeza hueca en Buenos Aires a principios del siglo xix, así como se asociaba esos términos con jóvenes cultores de la moda. No sólo se quería cortar la pervivencia de la tradición en el vestuario sino que se eran los jóvenes quienes encaraban los pequeños cambios en la sociabilidad que cuestionaba el pasado.

Vieytes no sólo estuvo atento en indicar las distancias simbólicas, cifradas en la moda, al interior del virreinato sino que se preocupó por la mirada que tendrían de Buenos Aires aquellos que seguían las doctrinas de los filósofos de gabinete. El editor del *Semanario,* al ver que sus propuestas no eran seguidas por sus lectores, se preguntó: «¿Qué dirán los partidarios de Pauw, de Guthrie, y de todos aquellos que tienen interés de deprimirnos, cuando al registrar el Semanario de Agricultura de Buenos Aires para tomar una idea cierta del estado de nuestros conocimientos esenciales ramos, no encuentren otra cosa que reglas y preceptos de lo que debíamos hacer, y nada absolutamente de lo que hacemos en el día?» (*SAIC*, T. 1 f. 291) La necesidad de apaciguar los discursos denigratorios extranjeros sobre Buenos Aires fue una de los cuestionamientos que el editor del periódico le hizo a sus lectores que se plegaban sobre sí mismos sin dar a conocer las noticias beneficiosas para los labradores y campesinos.

El lujo de ostentación se oponía a la virtud del trabajo ya que se centraba en el derroche y en el gasto superfluo por lo que fue cuestionado tanto en el *Telégrafo*, cuando se lo comparaba con las prácticas de los indios pampas, como en el *Semanario* porque no fomentaba el trabajo. En cambio el lujo de comodidad, en tanto tenía como meta acceder al bienestar, fue destacado principalmente en el *Semanario* tanto por su editor como en las colaboraciones de Hevia y Pando y de Lavardén. El gusto por la novedad, centrado en la vestimenta y la comida, era el comienzo propuesto para salir de la economía de subsistencia de los labradores. Pero en su contracara la «barbarie de la civilización» era encarnada por las mujeres y hombres de buen pasar que en la ciudad caían bajo el imperio del lujo de ostentación y el gasto improductivo.

6. Conclusiones

La misma ciudad que en el siglo xvii expulsaba a los habitantes con «desnudez y hambre» hacia la barbarie, con los Borbones creció gracias al aumento poblacional, las migraciones, el comercio y el contrabando. La sociedad del Antiguo Régimen cambiaba su *status quo* por la velocidad comercial y caducidad de las vestimentas a la moda, que fueron más accesibles por las transformaciones en los sistemas de producción europeos. Las telas ya no llegan de mala calidad y apolilladas desde el Perú, sino que eran traídas

desde Europa. La moda no era estática ni estaba condenada a repetirse tras generaciones sino que mutaba al ritmo de los tiempos modernos.

En la prensa la búsqueda por la novedad, la moda y el lujo fueron mojones que marcaban las distancias en una sociedad estratificada que no sólo quería distinguirse su élite letrada de la «gente decente», artesanos, labradores y castas sino también de la mirada europea. La óptica que prevalece en la obra de Cornelius De Pauw homologó a todos los pueblos americanos bajo un mismo rasero: salvajes fueron y salvajes siguen siendo (Díaz de la Serna, 2009: 169). Para De Pauw, América es un conservatorio de arcaísmos y en ella, la acción del tiempo se anula (Bernand, 2009: 116). La moda demostraba que el tiempo no se había estancado en Buenos Aires. La élite letrada no sólo cuestionaba a los filósofos de gabinete como De Pauw. En la historiografía germana «[e]l eje norte/sur no sólo es geográfico sino cultural siendo el modelo Europa [...] El sur cultural empieza en [... el Mediterráneo] e incluye la América ibérica, África, Arabia, las islas del Pacífico y otras regiones exteriores a la civilización europea», por lo que autores como De Pauw, Robertson y Raynal utilizaron los argumentos de Montesquieu sobre el determinismo climático para explicar el pasado y presente de los pueblos a través de la geografía en relación con la historia universal. Los americanos estaban en los márgenes de la humanidad por su incapacidad de progresar debido a su pereza e indolencia. América era bárbara por partida doble, no sólo por el determinismo climático sino porque además heredó la barbarie de las costumbres de España (Bernand, 2009: 110-114).

Las notas en la prensa periódica virreinal apelaron a la distinción. De esta manera aquel consumo que por su costo o rareza era un lujo de ostentación e inaccesible para la casta inferior «deviene trivial y común, y se encuentra relegado al orden de lo que se da por normal debido a la aparición de nuevos consumos, más especiales, y más distintivos [...]» (Bourdieu, 1993: 49). Por esta razón, tal vez, quedaban en evidencia los esfuerzos del currutaco y el petimetre, ya que en su obsesión de «ser para otros» al vivir atentos a la mirada ajena que los definía cercanos a los usos y costumbres españolas y alejados a la «barbarie» campesina.

El comercio fue signo de civilidad. Vieytes leyó y cito a Montesquieu para acordar con él: donde hay costumbres suaves hay comercio. No fue por azar que el título del periódico de Vieytes terminara en el comercio como fin del ciclo que se iniciaba con la agricultura. El comercio necesitaba de los caminos como de los lazos tendidos para el diálogo de la tertulia urbana. La comunicación entre pares, el diálogo, era el espacio donde se fomentaba el comercio pero que era rechazado cuando el contrabando rompía los códigos impuestos. La civilidad en la prensa, en este caso marcado por la moda, tuvo distintas facetas pero siempre marcó su ausencia en otros actores. La moda fue entonces un signo identitario y civilizatorio durante las reformas borbónicas que sirvió para reivindicar la identidad de la élite criolla. Encontrar más allá de las leyes suntuarias los gestos que marcaban un nuevo modo de vivir en la ciudad que cuestionaba el gasto improductivo del lujo de ostentación a la vez que apelaba a la moda como meta aspiracional para que los labradores muden su situación como una estrategia de fomentar el comercio desde el lujo de comodidad. Antes de los tiempos de la historia política decretaran la construcción de la identidad criolla y local en oposición a las invasiones inglesas se pudo encontrar que años antes operó una reivindicación identiaria en el campo discursivo de la prensa a través de las distinciones de la moda. Los ilustrados consideraron «al lujo razonable [como] una virtud social en cuando que favorece la creación y circulación de riquezas, impulsor por tanto del progreso» (Martínez Mata, 2014: 66)

Las reformas borbónicas habilitaron las condiciones tanto económicas como sociales para el proceso revolucionario pero en el ámbito cultural fue donde se definieron las

identidades de manera oposicional y relacionalmente principalmente por parte de la élite letrada a través de la naciente prensa virreinal.

7. Bibliografía

Fuentes

Cabello y Mesa, Francisco Antonio (1914), *Telégrafo Mercantil: rural, político-económico e historiógrafo del Río de la Plata (1801- 1802),* Buenos Aires, Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco.

Hevia y Pando, Gabriel (1928), «Industria», en *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio,* tomo 1.

Lavardén, Manuel José de (1928), «Carta 1», en *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio,* tomo 1.

Molina, Raúl A. (1961), «Una Historia Inédita de los primeros ochenta años de Buenos Aires. El "Defensorio" de D. Alonso de Solorzano y Velazco, Oidor de la Real Audiencia (1667)», *Revista de Historia de América*, nº 52, pp. 429-497.

Portillo, Eugenio (1914), «Sobre la utilidad de los periódicos», en *Telégrafo Mercantil: rural, político-económico e historiógrafo del Río de la Plata (1801- 1802),* tomo 1.

Sánchez De Thompson, Mariquita (2003), *Intimidad y política: diario, cartas y recuerdos,* Buenos Aires, A. Hidalgo.

Semanario de Agricultura, Industria y Comercio. 1802-1803 (1928), Buenos Aires, Junta de Historia y Numismática Americana. Tomos 1-3.

Telégrafo Mercantil: rural, político-económico e historiógrafo del Río de la Plata 1801- 1802 (1914), Buenos Aires, Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco.

Vieytes, Juan Hipólito (1928), *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio. 1802-1803*, Buenos Aires: Junta de Historia y Numismática Americana, tomos 1-2.

Crítica

Amalric, Jean-Pierre (2001), «Guerra y paz», en *La España de la Ilustración (1700-1833)*, Barcelona, Crítica.

Barral, María Elena (2007), «Disciplina y civilidad en el mundo rural de Buenos Aires a fines de la Colonia», *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas = Anuario de Historia de América Latina,* nº 44, pp. 135-155.

Bernand, Carmen (2011), «La marginación de Hispanoamérica por la Historia universal europea (siglos xviii-xix)», *Revista Co-herencia,* vol. 6, nº 11, pp. 107-122.

Bonardi, Laurent (2006) «Le Telégrafo mercantil, rural, político-económico e historiográfico del Río de la Plata (1801-1802)», *El Argonauta español*, nº 3, https://goo.gl/nsydMQ

Bourdieu, Pierre (1993), «La lógica de la distinción», en Paula Croci y Alejandra Vitale (eds.), *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*, Buenos Aires, La marca.

Brading, David (2003), *Orbe Indiano. De la monarquía católica a la república criolla, 1492-1867*, México, Fondo de Cultura Económica.

Cabrejas, Laura Leonor (2000), «Vivienda, muebles e indumentaria», en Carlos A. Mayo (ed.) *Vivir en la frontera: la casa, la dieta, la pulpería, la escuela (1770-1870),* Buenos Aires, Editorial Biblos, pp. 41-70.

Caillet-Bois, Ricardo R., y Julio César González (1941), «Antecedentes para explicar el proceso de la clausura del Telégrafo Mercantil, el primer periódico impreso bonaerense», *Revista de Historia de América*, nº 12, pp. 99-120.

Castro-Gómez, Santiago (2005) *La hybris del punto cero: ciencia, raza e ilustración en la Nueva Granada (1750-1816)*, Bogotá, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Chartier, Roger (1994), «Los manuales de civilidad. Distinción y divulgación», *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, Madrid, Alianza, pp. 246-283.

Chiaramonte, José Carlos (1997), *Ciudades, provincias, Estados: Orígenes de la Nación Argentina (1800-1846)*, Buenos Aires, Ariel.

——— (2007), *La Ilustración en el Río de la Plata. Cultura eclesiástica y cultura laica durante el Virreinato*, Buenos Aires, Sudamericana.

Correa Luna, Carlos, Augusto Mallié y Rómulo Zabala (1928), «Advertencia», *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio*, Buenos Aires, Junta de Historia y Numismática Americana, tomo 1, pp. 17-27.

Díaz de la Serna, Ignacio (2009), «El artículo «América» en la Enciclopedia de Diderot y D'Alembert (primera parte)», *Norteamérica. Revista Académica del CISAN-UNAM,* nº 4, pp. 163-204.

Díez Rodríguez, Fernando (2001), *Utilidad, deseo y virtud: la formación de la idea moderna del trabajo*, Barcelona, Ediciones Península.

Forneas Fernández, María Celia (2005), «El artículo de costumbres: crónica, crítica, literatura y periodismo», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico,* vol. 11, pp. 293-308. goo.gl/nUp9FZ

Fradkin, Raúl, y Juan Carlos Garavaglia (2009), *La Argentina colonial: el Río de la Plata entre los siglos xvi y xix*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores; Fundación OSDE.

García Ayluardo, Clara (2010), «Introducción. Las paradojas de las reformas.» *Las reformas borbónicas, 1750-1808*, Ed. Clara García Ayluardo, México, D.F, Fondo de Cultura Económica.

Gerbi, Antonello (1960), *La disputa del nuevo mundo. Historia de una polémica 1750-1900*, México, Fondo de Cultura Económica.

Gutiérrez, Juan María (1998), *Noticias históricas sobre el origen y desarrollo de la enseñanza pública superior en Buenos Aires, desde la época de la extinción de la Compañía de Jesús en el año 1767, hasta poco después de fundada la Universidad en 1821: con notas, biografías, datos estadísticos y documentos curiosos, inéditos o poco conocidos*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Hall, Stuart (2003), *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Goldgel, Víctor (2013), *Cuando lo nuevo conquistó América: prensa, moda y literatura en el siglo xix*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.

Hontanilla, Ana (2010), *El gusto de la razón: debates de arte y moral en el siglo xviii español*, Madrid, Frankfurt am Main, Iberoamericana; Vervuert, 2010.

Kwiatkowski, Nicolás (2014), «Representaciones de la barbarie europea y americana durante los siglos xvi y xvii», *Prismas,* nº 18 pp. 29-62.

Larriba, Elisabel, y Gérard Dufour (1997), *El Semanario de agricultura y artes dirigido a los párrocos 1797-1808*, Valladolid, Ámbito.

Liss, Peggy K. (1995), *Los imperios transatlanticos: las redes del comercio y de las revoluciones de Independencia*, México, Fondo de Cultura Económica.

Maggio-Ramírez, Matías (2009), «Civilización imaginada. Lecturas sobre civilidad e identidad en el Buenos Aires colonial a través de su prensa periódica», *La biblioteca,* nº 8, pp. 262-285.

——— (2011), «Configuraciones de la lectura en el Buenos Aires virreinal a través de sus periódicos», *Textos, autores y bibliotecas: 190 años de la Biblioteca Mayor de la UNC*, Rosa M Bestani (ed.), Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba.

——— (2008), «Un puro vegetar. Representaciones de la lectura en el Semanario de Agricultura, Industria y Comercio. (1802-1806)», *Ensayos sobre la prensa: Primer Concurso de Investigación en Periódicos Argentinos en Homenaje al Prof. Jorge B. Rivera*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Biblioteca Nacional.

Martín Gaite, Carmen (1981), *Usos amorosos del dieciocho en España*, Barcelona, Lumen.

Martínez Gramuglia, Pablo (2009), «El pensamiento agrario ilustrado en el Río de la Plata: un estudio del Semanario de Agricultura, Industria y Comercio (1802-1807)», *Mundo agrario,* nº 18. https://goo.gl/7ZsGfG

——— (2010), «A la búsqueda de lectores: El Telégrafo Mercantil», *Question,* nº 27. https://goo.gl/AjqwPW

Martínez Mata, Emilio (2014), «Cadalso y Montesquieu, lujo y *doux commerce*», *eHumanista: Journal of Iberian Studies,* nº 27, pp. 63-70.

Martini, Mónica Patricia (1998), *Francisco Antonio Cabello y Mesa: un publicista ilustrado de dos mundos (1786-1824)*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones sobre Identidad Cultural, Universidad del Salvador.

——— (1999), «La imprenta y el periodismo», *Nueva historia de la Nación Argentina. Período español (1600-1810)*, Buenos Aires, Planeta.

Mayo, Carlos A. (2004), *Estancia y sociedad en la pampa, 1740-1820*, Editorial Biblos.

Medina, José Toribio (2000), *Historia de la imprenta en los antiguos dominios españoles de América y Oceanía. Tomos I-II*, Santiago, Fondo Histórico y Bibliográfico José Toribio Medina. https://goo.gl/c68NTy

Pastore, Rodolfo, y Nancy Calvo (2005), «Ilustración y economía en el primer periódico impreso del Virreinato del Río de la Plata: el «Telégrafo Mercantil» (1801-1802)», *Bulletin hispanique,* vol. 107, nº 2, pp. 433-462.

Pérez Abril, Dora (2011), «Lujo, moda y modernidad en la prensa española del siglo xviii», *Res Publica,* nº 22. https://goo.gl/rZ1zDa

Rodríguez García, Margarita Eva (2006), *Criollismo y patria en la Lima ilustrada: 1732-1795*, Madrid, Miño y Dávila Editores.

Sánchez De Thompson, Mariquita (2003), *Intimidad y política: diario, cartas y recuerdos*, Buenos Aires, A. Hidalgo.

Sánchez-Blanco, Francisco (2013), «Un espacio cultural común. Los circuitos continentales de la información. Cambios sociales», *La Ilustración y la unidad cultural europea*, Madrid, Sevilla, Marcial Pons Historia, Fundación de Municipios Pablo de Olavide.

Socolow, Susan M. (1993), «Introducción», *Ciudades y sociedad en Latinoamérica colonial*, México, Fondo de Cultura Económica.

Torre Revello, José (1940), *El libro, la imprenta y el periodismo en América durante la dominación española,* Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires / Talleres de Peuser.

——— (2004), *Crónicas del Buenos Aires colonial*, Buenos Aires, Taurus.

Urzainqui, Inmaculada (1995), «Autocreación y formas autobiográficas en la prensa crítica del siglo xviii», *Anales de Literatura Española,* nº 11, pp. 193-226. https://goo.gl/Z9uutY

——— (2003), «Un nuevo sistema de escritura y de lectura: la prensa periódica», *Historia de la edición y de la lectura en España, 1472-1914*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, pp. 378-389.

Weber, David J. (2007), *Bárbaros: los españoles y sus salvajes en la era de la Ilustración*, Barcelona, Crítica.

Weinberg, Félix (1956), «Estudio preliminar», *Antecedentes económicos de la revolución de mayo*, Buenos Aires, Raigal.